# Анализ рынка

Мировой рынок по продаже музыкальных инструментов отличается высоким качеством товаров и сильной конкуренцией. Общий уровень развития рынка по оценкам составляет от 6% до 8% в год — как по количеству проданных товаров, так и по их качеству. Способы распространения могут значительно отличаться для разных видов товаров: от массового распространения недорогих товаров в розницу до специализированного распространения высококачественных и очень дорогих товаров. Последние предназначены только для очень узкой части рынка: инструменты и оборудование продаются профессионалам, которые требуют наивысшего качества звучания. Большая часть наших клиентов — музыканты, выступающие с концертами.

# Анализ и обновление отрасли

Рынок по продаже музыкальных инструментов можно разделить на несколько сегментов. Эти сегменты тесно связаны, и, чтобы обсудить их, дадим определения, которыми оперируют в компании «Музыкальные инструменты на бис».

Потребители. Их круг очень широк: от детей, обучающихся игре, до профессиональных музыкантов, участвующих в концертах. Однако в компании «Музыкальные инструменты на бис» продаются в основном эксклюзивные модели для профессионалов.

1. Инструмент или тип инструмента. Компания производит и продает как акустические, так и электрические гитары, электронные фортепиано, динамики, электронное музыкальное оборудование и дополнительные принадлежности.

2. Типы направлений в музыке. Занимая лидирующее положение на рынке, компания «Музыкальные инструменты на бис» заслужила хорошую репутацию среди музыкантов классического направления. Одной из наших задач является управление переходом на новые технологии без потери с трудом завоеванных позиций у поклонников классики. Пока модель такого перехода создана только для линейки электронных фортепиано, которые высоко оценены лучшими музыкантами.

3. Развитие сегментов рынка — процесс с высоким уровнем конкуренции, зависящий от применяемых технологий и результатов распространения. Существует огромное количество различных электронных инструментов, таких как фортепиано, гитары, звуковые усилители и синтезаторы. Что касается рынка классических инструментов, электронные технологии теперь широко применяются для фортепиано и органа, а рынок классических духовых инструментов сильно зависит от особенностей ценовой политики для розничной продажи.

В настоящее время компания «Музыкальные инструменты на бис» работает с сегментами классических музыкальных инструментов в относительно развитой индустрии, в которой огромную роль играют торговая марка и репутация качества. К сожалению, этот сегмент сужается, поскольку в музыке все чаще используются электронные технологии. Мы хотим повлиять на этот переход, предложив для классических музыкальных инструментов новые технологии.

# Ключ к постоянному успеху

Внедрение новых технологий на рынке классических высококачественных музыкальных инструментов не оказало существенного влияния на ключевые факторы успеха. Они не сильно изменились по сравнению с прошлым веком: качество товаров, репутация и методы управления.

# Качество товара

Целевые потребители обычно стремятся *получить* звук высочайшего качества. Единообразие и надежность инструментов также являются важными факторами. Долговечность – менее важный фактор, но и он учитывается, поскольку сильно влияет на цену товара.

# Репутация— новая формула

Профессиональных музыкантов и успешных любителей очень часто оценивают по инструментам, которыми они пользуются. В индустрии по производству инструментов новичков примут только в том случае, если их товары отличаются исключительном качеством, но обычно для завоевания прочного положения на этом рынке требуется время и традиции.

# Управление Реорганизация

Компании отрасли стремятся повысить качество и репутацию, однако этой отрасли все еще угрожают технологии, новая конкуренция, общий спад интереса к классической музыке, повышение цен и другие отрицательные факторы. Оставшиеся компании должны поддерживать высокий уровень качества товаров и репутацию, принимая во внимание также основы управления персоналом, фиксированные затраты, цены на товары, расходы на торговлю и оборотный капитал.